

“精品格力”系列报道

## 关注空调用户真正的健康需求

空调在改善环境温度的同时,密闭的空间导致各种室内环境污染的现象相继出现,将空调与室内环境质量的问题更突出地摆在了人们的面前。

此时,各种消毒、杀菌等健康概念的家电应运而生,以概念误导消费者。对此,行业老大格力空调一方面引导人们理性消费,另一方面则把主要精力放在寻求改善空气品质的有效途径上。

2004年,格力电器斥巨资兴建了全球空调行业中独一无二的微生物实验室,专门研究密闭室内环境中空调改善空气品质的应用技术。该实验室由准备室、灭菌室、千级洁净室、培养室和抗菌实验室5个部分组成,从细菌的接种、培养、杀灭到抗菌效果的检测,一应俱全。依靠先进的实验条件、专业的操作手法和精密的实验设备,格力微生物实验室一方面进行改善空气品质空调产品的研究开发,另一方面对成熟的空调产品进行抗菌性能检测,将真正对消费者健康有效的空调产品推向市场。

目前,正是由于关注用户真正的健康需求和依靠产品出色的防霉抗菌性能,格力“绿”系列空调受到广大消费者的空前欢迎,自上市起刮起了一股“绿”旋风。 鲁艺

## 百脑汇联手瀚视奇举办全国电子竞技赛

百脑汇首届“瀚视奇杯”电子竞技节(赛)于9月6日在百脑汇全国14家门店正式拉开帷幕。本次活动的比赛项目为“反恐精英”和“魔兽争霸”,并设置了高额奖金,单项最高金额达到3万元,活动消息一经公布,在各大城市电竞玩家内引起了强烈反响,各大高校的游戏玩家争相到各地百脑汇门店报名参加。

本次比赛将从9月6日开始报名,河南省的报名地点在百脑汇郑州店。随后,上海、杭州、南京、合肥、天津、长春、沈阳、郑州、西安、成都、广州、厦门、哈尔滨将进行初赛和决赛,胜出的选手将在10月23~26日在杭州进行总决赛。初赛采取单循环淘汰制决出前8对选手,进入各城市的决赛,每城市决选出CS前2名与魔兽前2名进入杭州总决赛。 夏颖

六大优势四大价值赢得市民喜爱

## 美的微波炉高端新品热销我市

昨天,记者从国美、苏宁等家电卖场了解到:随着“金九银十”家电销售旺季的到来,各类家电产品的销售开始呈强劲增长势头,小家电产品中,美的微波炉尤其突出,单店日均销量都能达到十多台,其中800元以上的高端产品销量占50%左右,成为小家电品类中的销量明星。

据卖场负责人介绍,在8月份开始上市的这批美的微波炉新产品中,同时具备了六大优势卖点:时尚外观、蒸功能、纳米银内胆、黑晶全幅大平板、智能感应与爱心三秒功能,其中后两个为行业领先推出。这些功能使得美的微波炉烹饪更营养,清洗更方便,空间更宽大,操作更便捷。

美的微波炉新产品分为“冠军中国”、“动感中国”、“典雅中国”三大系列近20款新产品,这些新产品的零售价在800元到1600元之间,产品“非常漂亮”,将2008年元素、中国元素、时尚元素融入产品中,以红、蓝、金等作为主色调。

令人心动的还有美的微波炉举行的“购买美的微波炉,有机会约会跳水冠军”的活动,谁不想跟郭晶晶、何冲等明星冠军见面呢?

现场购买美的微波炉的张先生向记者表示:“美的今年的新产品确实很漂亮,功能方面的突破也很多,真是既有内在美,也有外在美。” 肖品 李红卫

# 国美:三大优势“领惠”中秋

仗仗充足而强大的资源整合能力,国美电器每逢节假日,便会高祭价格屠刀,在激烈竞争的家电零售市场生生杀出一条独有的低价标杆,正因为如此,7年来,不仅让众多中原消费者将“买电器,到国美,花钱不后悔”烙印在心底,而且,伴随着国美电器一系列不断引领行业的服务大升级,也使得国美电器领跑中原家电市场更显刚性!本周末,伴随着其南阳路店、安阳三店、驻马店旗舰店等三店同开,再次拉开“中秋小黄金周”价格低走,产品、服务全面升级大战的帷幕!

晚报记者 吴绍超/文 吴琳/图



河南国美电器总经理刘昆

## 关键词:创新

“与中秋这样的节假日类似,我们在任何一个节假日的准备都是很充分的,在河南市场我们全方位的布局,涉及到战术上一系列的手法、模式的创新,让竞争对手无法模仿与超越!”河南国美电器总经理刘昆在接受记者专访时一脸自信。同时他告诉记者:从去年十一、元旦、春节等等直到今年的中秋小黄金周,在历次节假日的大型促销活动当中,大家都知道国美在不断出新招,而面对今年中秋小黄金周,国美将再次进行创新布局,首先是战略布局。在郑州市区,把门店化为三类:一、核心商圈,二、次商圈,三、社区特色门店。往年的促销活动都是统一的,而今年将打出差异化,每一个门店的促销活动都是不

一样的,国美常讲领跑这个概念,打出差异化的概念,就是让对手摸不透,无法全方位的跟进,这是一种特色;其次是在门店布局方面,我们在做好一级市场的同时,今年以中秋节为起点,全面进入二级市场,在二级市场我们启动的一个策略是旗舰店,以后在二级市场开店都是以旗舰店为主,走出一条创新的模式。正是在这种大的战略布局下,今年中秋小黄金周的促销活动在筹备的过程当中,就已经确立了差异化经营策略。因为,如果要在市场上领跑,创新是最主要的。领跑,不只是低价,而是不断的创新,拿出最好的促销模式、产品和服务,让消费者得到的实惠真正落到实处。

## 关键词:信赖

“只有赢得消费者的根本信赖,才会永远赢得市场!今年,我们会在服务上让消费者在卖场内就开始真正做一回上宾。”刘昆坦言:以往我们是让消费者在消费过程中享受上宾的待遇,这次在卖场第一时间我们就让消费者切实享受到上帝的感觉,不仅如此,我们还要让每一位到国美购买产品的消费者感受到的是一种团圆的感觉。为此,今年我们全体人员在激励方面,在产品建设方面,在员

工誓师大会、立军令状方面,包括与厂家的座谈会,包括每月月底对消费者100%的回访,通过厂家,通过消费者需求以及他们对国美的期望值等等一系列的回馈,通过我们这些对市场的调查,对产品的分析,然后全方位调动厂家、员工的服务积极性,进而增强广大消费者对国美电器的信任度,基于此,我们今年自中秋小黄金周开始,投入到一线员工比往年人数增加了5倍,这是历史空前的。

## 关键词:回报

谈到中秋回馈,刘昆告诉记者:既然今年我们拿出最好的最新的促销模式,大家都在关注国美电器能否把最好的促销产品拿给消费者以及国美在中秋节给消费者一个什么样的促销活动?怎么样的实惠……在这里,我可以负责的告诉广大消费者,“三大措施保障”让您今年中秋在国美买家电最实惠。第一:新品首销郑州第一。厂家把最新、最好、最优惠的产品放到国美,体现了对国美的信任;第二,产品丰富度最多。今年我们调集了所有产品的全品类,把最好的、最新的、最畅销的产品拿来,放在展示区,把过去认为市场将会淘汰的产品全部进行调整,我们不做下市的产品处理,就拿最新最好的产品,消费者最想要的产品,提供给消费者;第三,通过厂家直降,国美的价格补贴,厂家的赠品,国美的赠品,让消费者买到真正的,最实惠的产品。我举个例子,某产品7500元的售价,在国美电器厂家直降1500元,国美价格补贴500元,再加上厂家300元的赠品,国美再给300~500元的赠品,同时还有相应的返现活动。这种促销模式,我们会全方位的执行到位,并且一直到底,我们在做促销的过程中,能让消费者算清账、算明白账。不仅让你选购到最好的产品,而且也能让你拿到最低、最实惠的价格。

## 相关链接

## 国美通讯:“十项全能破记录”

一破,10万新品全出击;中秋期间,凭借良好的厂商关系,国美通讯获取了市场70%的新品资源,30多款机型,10万部新品,创历史新高;二破,500万像素手机跌破2000元;三破,导航手机跌破千元;四破,智能手机直降2000元。五破,高级别服务尊贵享受:中秋节期间,国美通讯推出“本地购机 异地送货”的活动;六破,特价手机放量卖:中秋节,国美通讯推出的50万部特价机,知名品牌单款手机最高降幅50%;七破,10万份大礼等你拿;八破,销量破记录;九破,货运储备破记录;团圆惠,国美通讯一次性采购30亿,备货60亿;十破,门店数量破记录:6大区,48个分部,1300多家门店,“家电卖场+专业连锁”双业态运做模式,国美通讯创下了通讯行业渠道霸主的传说。

海信LED液晶系列报道之一

## LED模组下线 海信42英寸LED液晶供不应求

LED液晶电视具有非常突出的功能优势,首先,它采用自适应动态背光控制技术,将整机运行功耗降低30%以上,最低可达到50瓦,使用寿命可达10万小时;其次,LED背光源不含铅和汞等有毒有害物质,是名副其实的绿色环保产品

日前,海信液晶模组二期工程顺利竣工,新建两条大尺寸液晶模组生产线按期投产,这也意味着中国第一条大屏幕LED液晶模组生产线在海信实现量产。同时,应用海信自主背光模组生产的42英寸LED液晶电视已在河南市场批量上市,拉开了中国液晶电视全面升级的序幕。

“从2007年9月19日海信电视液晶模组生产线一期建成,到今天模组二期工程顺利竣工启用,目前海信整个模组生产区面积达到16000平方米,其中洁净厂房面积8000平

方米,海信液晶模组年产能如期达到了150万片的规划目标,2009年海信还将继续建设两条液晶模组生产线,届时年产能将达到300万片”。海信电器郑州分公司总经理李振晓说。

LED液晶电视具有非常突出的功能优势,首先,它采用自适应动态背光控制技术,将整机运行功耗降低30%以上,最低可达到50瓦,使用寿命可达10万小时;其次,LED背光源不含铅和汞等有毒有害物质,是名副其实的绿色环保产品;再次,它色彩还原性非常好,色域宽,显示色彩丰富,动态对比



度达到40000:1以上,画面层次感分明,可以完美呈现大自然真实色彩。

在河南二十多年的老品牌海信电视,发展一直很稳健,专注于发展河南市场,液晶产品在河南的市场地位日益强大,市场销量也在2007年一举突破了10万台,销量翻番,其大屏幕显示器、液晶电视,尤其是高清液晶电视一直是现在河南市场的明星产品;今年8月上市的海信42英寸LED液晶在不到一周的时间里就形成了货源告急的情况,反映出其强劲的市场态势。 晚报记者 吴绍超